

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Peran Humas

##### 1. Pengertian Peran

Peran berarti laku, bertindak. Didalam kamus besar bahasa Indonesia peran ialah perangkat tingkah laku yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan di masyarakat.<sup>5</sup> Sedangkan makna peran yang dijelaskan dalam Status, Kedudukan dan Peran dalam masyarakat, dapat dijelaskan melalui beberapa cara, yaitu pertama penjelasan histories. Menurut penjelasan histories, konsep peran semula dipinjam dari kalangan yang memiliki hubungan erat dengan drama atau teater yang hidup subur pada zaman yunani kuno atau romawi. Dalam hal ini, peran berarti karakter yang disandang atau dibawakan oleh seorang actor dalam sebuah pentas dengan lakon tertentu. Kedua, pengertian peran menurut ilmu sosial. Peran dalam ilmu sosial berarti suatu fungsi yang dibawakan seseorang ketika menduduki jabatan tertentu, seseorang dapat memainkan fungsinya karena posisi yang didudukinya tersebut.

Jadi, dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian peran adalah tindakan yang dimiliki seseorang dalam menjalankan peran manakala ia menjalankan hak dan kewajiban yang merupakan bagian yang tak terpisahkan dari status yang disandangnya. Dalam kaitannya dengan peran, tidak semuanya mampu untuk menjalankan peran yang melekat dalam dirinya. Oleh karena itu,

---

<sup>5</sup>E. St Harahap, dkk. 2007. Kamus besar bahasa Indonesia. Bandung: Balai Pustaka, hlm: 854

tidak jarang terjadi kurang berhasil dalam menjalankan perannya. Ada beberapa faktor yang menentukan kurang berhasil ini. Dalam ilmu sosial, ketidak berhasilan ini terwujud dalam kegagalan peran, disensus peran dan konflik peran.

Kegagalan peran terjadi ketika seseorang enggan atau tidak melanjutkan peran individu yang harus dimainkannya. Implikasinya, tentu saja mengecewakan terhadap mitra perannya. Orang yang telah mengecewakan mitra perannya akan kehilangan kepercayaan untuk menjalankan perannya secara maksimal, termasuk peran lain, dengan mitra yang berbeda pula, sehingga stigma negatif akan melekat pada dirinya. Disensus peran ialah mitra peran tidak setuju dengan apa yang diharapkan dari salah satu pihak atau keduanya. Ketidak setujuan tersebut terjadi dalam proses interaksi untuk menjalankan aktifitas yang berkaitan dengan perannya. Disini, persoalan bisa berasal dari aktor, bisa juga berasal dari mitra yang berkaitan dengan aktifitas menjalankan peran. Konflik peran terjadi manakala seseorang dengan tuntutan yang bertentangan melakukan peran yang berbeda.

## **2. Pengertian Humas**

Cutlip, Center dan Broom, menyatakan bahwa,<sup>6</sup> Public Relations adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik.

---

<sup>6</sup>Cutlip, Scott M., Broom, Glen M., and Allen H. Center. 2009. Effective Public Relations Edisi Kesembilan. Jakarta: Kencana, hlm:4.

Menurut Denny Griswold yang dikutip, Hubungan Masyarakat adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mempelajari kebijakan dan prosedur individual atau organisasi sesuai dengan kepentingan publik, dan menjalankan program untuk mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik.<sup>7</sup>

Jika disimpulkan maka humas adalah bagian dari fungsi manajemen, yang diperlukan dalam suatu organisasi, untuk mendukung pencapaian visi dan misi organisasi, melalui program yang direncanakan dan diimplementasikan kepada khalayak di dalam dan di luar organisasi, guna menciptakan pemahaman dan memperoleh timbal balik yang saling menguntungkan antar pihak.

### **3. Fungsi Humas**

Menurut Nova, fungsi utama Public Relations adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antar lembaga (organisasi) dengan publiknya, internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim opini publik yang menguntungkan lembaga organisasi.<sup>8</sup>

### **4. Tujuan Kegiatan Humas**

Menurut Widjaja,<sup>9</sup> tujuan humas yaitu untuk mengembangkan hubungan yang harmonis dengan pihak lain yakni publik. Tujuan humas adalah untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi organisasi di satu pihak dan dengan publik dengan komunikasi yang harmonis.

---

<sup>7</sup>Nova, Firsan. 2009. Crisis Public Relations (Bagaimana PR Menangani Krisis. Perusahaan). Jakarta : Grasindo, hlm:33

<sup>8</sup>Ibid: 38

<sup>9</sup>Widjaja, H.A.W. 2008. Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. Jakarta : Bumi. Aksara hlm:55

## 5. Peran Humas

Mewujudkan visi dan misi organisasi untuk menjadi besar dan maju bukanlah pekerjaan mudah, hambatan dari lingkungan internal maupun eksternal merupakan hal-hal yang tidak dapat diduga. Oleh sebab itu, humas sebagai salah satu fungsi manajemen di organisasi yang berperan untuk menyaring informasi yang berhubungan dengan organisasi, menjembatani dan memfasilitasi kegiatan komunikasi untuk memberikan pemahaman kepada publik internal dan eksternalnya.

Menurut Cutlip, dkk, peran humas terbagi atas 4 (empat) adalah sebagai berikut:<sup>10</sup>

a. Penasehat Ahli (Expert Prescriber)

Seorang praktisi pakar Public Relations yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (public relationship).

b. Fasilitator Komunikasi (Communication Facilitator)

Dalam hal ini, praktisi PR bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Di pihak lain, dia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling

---

<sup>10</sup>Cutlip, Scott M., Broom, Glen M., and Allen H. Center.2009. Effective Public Relations Edisi. Kesembilan. Jakarta: Kencana, hlm:46

pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

c. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (Problem Solving Process Fasilitator)

Peranan praktisi PR dalam proses pemecahan persoalan Public Relations ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (adviser) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional.

d. Teknisi Komunikasi (Communication Technician)

Peranan *communication technician* ini menjadikan praktisi PR sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *method of communication*. Sistem komunikasi dalam organisasi tergantung dari masing-masing bagian atau tingkatan (level), yaitu secara teknis komunikasi, baik arus maupun media komunikasi yang dipergunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan akan berbeda dari bawahan ke tingkat atasan. Hal yang sama juga berlaku pada arus dan media komunikasi antara satu level, misalnya komunikasi antar karyawan satu departemen dengan lainnya (employee relations and communication media model).

## 6. Proses Pelaksanaan Tugas Humas

Supaya pelaksanaan tugas humas dapat dijalankan sesuai dengan perannya, maka penting untuk diketahui bahwa terdapat proses dalam pelaksanaan tugas tersebut, berikut ini proses pelaksanaan tugas humas menurut Widjaja:<sup>11</sup>

a. Menyelidiki dan mendengar (fact finding)

Taraf research-listening atau fact finding, meliputi penelitian pendapat, sikap dan reaksi orang-orang atau publik. Di sini dapat diketahui masalah apa yang sedang dihadapi.

b. Mengambil ketentuan dan merencanakan (planning) setelah pendapat, sikap dan reaksi publik dianalisa lalu diintegrasikan atau diserahkan dengan kebijaksanaan dan kegiatan organisasi. Pada taraf ini bisa ditemukan “pilihan yang diambil”

c. Melaksanakan komunikasi (communicating)

Rencana-rencana di atas harus dikomunikasikan dengan semua pihak yang bersangkutan dengan metode yang sesuai. Dalam tahap ini kita “Menerangkan (menjelaskan) tindakan yang diambil dan apa alasan jatuhnya pilihan tersebut”

d. Penilaian (evaluation)

Dinilai segi-segi berhasil dan tidaknya, apa sebab-sebabnya, apa yang sudah dicapai apa resep kemanjurannya dan apa faktor penghambatnya. “Itulah pertanyaan yang timbul dalam tahap ini”.

---

<sup>11</sup>Widjaja, H.A.W. 2008. Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. Jakarta : Bumi. Aksara hlm:56

## **B. Tinjauan Tentang Dinas Kesehatan**

Dinas Kesehatan adalah unsur pelaksana otonomi daerah dalam bidang kesehatan dan dipimpin langsung oleh seorang Kepala Dinas (Kadin). Kadin berkedudukan di bawah bupati serta bertanggung jawab langsung pada Bupati melalui Sekretaris Daerah (Sekda). Tugas pokok Dinas Kesehatan adalah melaksanakan urusan pemerintah daerah sesuai dengan asas otonomi serta kewajiban pembantuan dalam bidang kesehatan di lingkup daerah atau kabupaten. Dalam melaksanakan tugasnya, Dinkes memiliki beberapa fungsi, di antaranya adalah:<sup>12</sup>

- 1) Fungsi penyelenggara urusan pemerintah dan layanan umum dalam bidang medis di ruang lingkup kabupaten
- 2) Fungsi pelaksanaan dan pembinaan tugas dalam bidang pelayanan, pencegahan penyakit, dan rujukan, usaha kesehatan masyarakat, serta sumber daya kesehatan di ruang lingkup kabupaten
- 3) Fungsi pemantauan, pelaporan, dan evaluasi dalam bidang medis di ruang lingkup kabupaten
- 4) Fungsi pelaksana tugas kesekretariatan dinas
- 5) Fungsi pelaksana tugas-tugas dalam bidang kesehatan yang diserahkan dari Bupati sesuai dengan tugas pokok serta fungsinya.

---

<sup>12</sup>Profil Dinas Kesehatan Kabupaten Magetan, 2015

## C. Komunikasi

### 1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communication* dan bersumber dari kata *comunis* yang berarti sama. Menurut Lasswel komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.<sup>13</sup> Menurut Susanto komunikasi berasal dari perkataan “*communicare*”, yaitu di dalam bahasa latin mempunyai arti “berpartisipasi” ataupun “memberitahu”.<sup>14</sup> Lebih lanjut Kridalaksana komunikasi adalah penyampaian amanat dari sumber atau pengirim melalui sebuah saluran.<sup>15</sup>

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (to make common). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering sebagai asal usul komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.<sup>16</sup>

Secara paradigmatis, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah

<sup>13</sup>Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi (teori dan Praktek)*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.hlm:10

<sup>14</sup>Azhar Susanto, 1997. *Sistem Informasi Manajemen, Lembaga Informatika*. Akuntansi Bandung.hlm:1

<sup>15</sup>Kridalaksana, Harimurti. 2008. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia.hlm:130

<sup>16</sup>Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya. h. 4



sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media.<sup>17</sup>

Dari pengertian diatas dapat dilihat bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang dapat berupa pesan informasi, ide, emosi, keterampilan dan sebagainya melalui simbol atau lambang yang dapat menimbulkan efek berupa tingkah laku yang dilakukan dengan media-media tertentu.

Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*,<sup>18</sup> mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect?

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

Komunikator ( communicator, source, sender )

- Pesan ( message )

- Media ( channel, media )

- Komunikan ( communicant, communicatee, receiver, recipient )

- Efek ( effect, impact, influence )

Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

---

<sup>17</sup>Onong uchjana Effendy. 2006. Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek. Bandung: Penerbit Remaja Rosda Karya.h. 5

<sup>18</sup>Ibid

## 2. Tipe Komunikasi

Seperti halnya definisi komunikasi, maka klasifikasi tipe atau bentuk komunikasi di kalangan para pakar juga berbeda satu sama lainnya. Klasifikasi itu didasarkan atas sudut pandang masing-masing pakar menurut pengalaman dan bidang studinya. Tidak begitu mudah menyalahkan suatu klasifikasi tidak benar, karena masing-masing pihak memiliki sumber yang cukup beralasan. Kelompok sarjana komunikasi Amerika yang menulis buku *Human Communication* membagi komunikasi atas lima macam tipe, yakni Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*), Komunikasi Kelompok Kecil (*Small Group Communication*), Komunikasi Organisasi (*Organizational Communication*), Komunikasi Massa (*Mass Communication*), dan Komunikasi Publik (*Public Communication*).

Joseph A. de Vito seorang pakar komunikasi di City University of New York dalam bukunya *Communication* (1982) membagi komunikasi atas empat macam, yakni Komunikasi Antarpribadi, Komunikasi Kelompok, Komunikasi Publik dan Komunikasi Massa.<sup>19</sup>

### a. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi diadik (*dyadic communication*) yang

---

<sup>19</sup>Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo. Persada. h. 29

melibatkan hanya dua orang. Ciri-ciri komunikasi diadik adalah pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak yang dekat; pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal.<sup>20</sup> (Mulyana, 2005: 73).

b. Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat, kelompok diskusi; kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil tersebut (small-group communication). Komunikasi kelompok dengan sendirinya melibatkan komunikasi antar pribadi, karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.<sup>21</sup>

c. Komunikasi Publik

Komunikasi publik (public communication) adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu per satu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah, atau kuliah umum. Beberapa pakar menggunakan istilah

---

<sup>20</sup>Mulyana, Deddy. 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung : Remaja Rosda Karya. h. 73

<sup>21</sup>Ibid. h. 74

komunikasi kelompok besar (large-group communication) untuk komunikasi ini.<sup>22</sup>

Komunikasi publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit dari pada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Daya tarik fisik pembicara bahkan sering merupakan faktor penting untuk menentukan efektivitas pesan, selain keahlian dan kejujuran yang dimiliki pembicara. Tidak seperti komunikasi antarpribadi yang melibatkan pihak-pihak yang sama-sama aktif, satu pihak (pendengar) dalam komunikasi publik cenderung pasif. Umpan balik yang mereka berikan terbatas, terutama umpan balik yang bersifat verbal.

#### d. Komunikasi Massa

Komunikasi massa (mass communication) adalah komunikasi dengan menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khususnya media elektronik). Komunikasi antarpribadi, komunikasi

---

<sup>22</sup>Ibid

kelompok, dan komunikasi organisasi berlangsung juga dalam proses untuk mempersiapkan pesan yang disampaikan oleh media massa ini.<sup>23</sup>

Memperhatikan pandangan para pakar di atas, maka tipe komunikasi yang diperoleh terdiri atas empat macam tipe yakni, komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antarpribadi, komunikasi public dan komunikasi massa.

### **3. Proses Komunikasi**

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran/perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Di dalam proses komunikasi ada tiga unsur yang sangat berperan aktif. Pertama, komunikator yang berdiri dan memainkan model/media komunikasi verbal maupun non-verbal. Kedua, komunikan (pribadi atau kelompok) adalah pihak yang menerima hubungan dari komunikator. Ketiga, pesan yaitu unsure terpenting dan inti dalam interaksi antara komunikator dengan komunikan. Untuk mencapai keberhasilan komunikasi pesan disampaikan sedemikian rupa, kadangkala dengan menciptakan stimulan (rangsangan) sehingga komunikan merasakan respect terhadap pesan.<sup>24</sup> Pesan itu diusahakan dengan memakai bahasa, simbol atau lambang yang sudah dipahami oleh komunikan maupun komunikator itu sendiri, sehingga salah pengertian (miscommunication) dapat dihindari. Selain soal bahasa yang dipergunakan, pesan itu seharusnya “membangkitkan kebutuhan atau keuntungan pihak komunikan”.

Sehubung dengan proses komunikasi dikenal dengan “komunikator” dan “komunikan”. Komunikator adalah individu atau kelompok yang

---

<sup>23</sup>Ibid. h.75

<sup>24</sup><http://trialianti.blogspot.com/2007/12/12/fungsi-komunikasi.html>

mengambil prakasa ataupun sedang mengadakan komunikasi dengan individu atau kelompok (sasaran) yang lain. Komunikan adalah objek dari kegiatan komunikasi, yaitu hasil dari kegiatan ini adalah bahwa ide ataupun anjuran dan pikiran komunikator, akan di terima oleh komunikan.<sup>25</sup>

Menurut Effendy, proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.<sup>26</sup>

a. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

b. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Surat kabar, telepon, majalah, televisi, adalah media kedua yang digunakan dalam komunikasi.

---

<sup>25</sup> Azhar Susanto, 1997. *Sistem Informasi Manajemen, Lembaga Informatika*. Akuntansi Bandung.hlm:2

<sup>26</sup> Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi (teori dan Praktek)*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.hlm:16

#### **4. Fungsi Komunikasi**

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu, seni, dan lapangan kerja sudah tentu memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Untuk memahami fungsi komunikasi kita perlu memahami lebih dulu tipe komunikasinya. Komunikasi dengan diri sendiri berfungsi untuk mengembangkan kreativitas imajinasi, memahami dan mengendalikan diri, serta meningkatkan kematangan berfikir sebelum mengambil keputusan. Melalui komunikasi dengandiri sendiri, orang akan dapat berpikir dan mengendalikan diri bahwa apa yang diinginkan mungkin saja tidak menyenangkan orang lain. jadi komunikasi dengan diri sendiri dapat meningkatkan kematangan berpikir sebelum menarik keputusan. Ini merupakan proses internal yang dapat membantu dalam menyelesaikan suatu masalah.

Adapun fungsi komunikasi antarpribadi adalah berusaha meningkatkan hubungan insane (human relations), menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain. Komunikasi antarpribadi dapat meningkatkan hubungan kemanusiaan di antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Dalam hidup bermasyarakat seseorang bisa memperoleh kemudahan-kemudahan dalam hidupnya karena memiliki banyak sahabat

Komunikasi publik berfungsi untuk menumbuhkan semangat kebersamaan (solidaritas), mempengaruhi orang lain, member informasi, mendidik dan menghibur.

Komunkasi massa, berfungsi untuk menyebarluaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekoomi, dan menciptakan kegembiraan dalam hidup seseorang. Tetapi dengan perkembangan teknologi komuniaksi yang begitu cepat terutama dalam bidang penyiaran dan media pandang dengar (audiovisual), menyebabkan fungsi media massa elah mengalami banyak perubahan.

Komunikasi merupakan sarana yang paling vital bagi setiap manusia untuk mengerti dirinya sendiri, mengerti orang lain dan memahami lingkungannya.<sup>27</sup> Menurut Effendy fungsi komunikasi dibagi menjadi empat yaitu:<sup>28</sup> Menyampaikan (to inform), Menghibur (to entertain), Mempengaruhi (to influence) dan Mendidik (to educate).

## **5. Efektifitas Komunikasi**

Faktor-faktor kunci dalam komunikasi efektif terdapat pada unsurunsur komunikasi yakni komunikator, komunikan, pesan dan media komunikator harus mengetahui khalayak yang menjadi sasarannya agar mendapatkan hasil seperti yang di inginkan.Ia harus tampil menjadi pesan dengan memperhitungkan bagaimana komunikan sasaran biasaya mengawasi pesan

<sup>27</sup><http://trialianti.blogspot.com/2007/12/12/fungsi-komunikasi.html>

<sup>28</sup>Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi (teori dan Praktek)*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.hlm:31



komunikator. Komunikator harus mengirimkan pesan melalui media yang efisien dalam mencapai khalayak sasaran.

Agar komunikasi efektif, proses penyandian oleh komunikator harus bertautan dengan proses pengawasan oleh komunikan. Menurut Willbur Scramm pesan merupakan tanda esensial yang harus di kenal oleh komunikan. Oleh karena itu semakin tumpang tindih bidang pengalaman (field of experience) komunikator dengan bidang pengalaman komunikan, akan semakin efektif pesan yang dikomunikasikan.<sup>29</sup>

Dari uraian di atas, komunikator akan dapat menyandi dan komunikan akan mengawasi hanya dalam istilah-istilah pengalaman yang dimiliki masing-masing. Dalam hal ini komunikan dan komunikator antar budaya mengalami hambatan karena perbedaan pengalaman yang dimiliki masing-masing. Agar komunikasi antara mereka efektif maka perlu adanya empati, yakni kemampuan memproyeksikan diri pada diri orang lain. Jadi, meskipun antar komunikan dan komunikator dapat perbedaan dalam kedudukan, jenis pekerjaan, agama, suku bangsa, ideologi, tingkat pendidikan dan lain-lain jika komunikator bersifat empatik, komunikasi tidak akan gagal.<sup>30</sup>

Menurut Posser dan sahra (1983) komunikasi antar budaya juga merupakan komunikasi antar pribadi pada tingkat individu dari anggota kelompok-kelompok budaya yang berbeda, maka efektifitas komunikasi antar budayapun sama dengan efektifitas komunikasi antar pribadi. Efektifitas komunikasi selain tergantung dari unsur-unsur yang ada dalam komunikasi

---

<sup>29</sup> Onong Uchjana Efendi, *Dinamika Komunikasi* ( Bandung: Remaja Rosda Karya 1993 ) hal. 7

<sup>30</sup>Ibid, hal. 17

juga pada aspek situasi, hubungan sosial dan pengertian bersama atau kebersamaan dalam makna, karena komunikasi sendiri adalah usaha untuk mempertukarkan dan merundingkan makna, bukan saja dari komunikator, isi pesannya serta media atau salurannya, tetapi juga peran serta untuk mempertukarkan dan merundingkan makna di antara semua pihak dan unsur dalam komunikasi untuk mencapai keselarasan dan keserasian.

Selain itu aspek situasi, hubungan sosial dan pengertian bersama juga ikut mempengaruhi. Efektivitas komunikasi sangat ditentukan oleh sejauh mana seseorang mempunyai sikap-sikap berikut ini:

#### 1) Keterbukaan

Rahmat (1988), mengutip Rokeach (1954) dan Brook and Emmert (1997), keterbukaan ialah sikap seseorang yang: (1) Menilai pesan secara objektif dengan menggunakan data dan keajegan logika, (2) Membedakan dengan mudah, melihat nuansa, (3) Berorientasi pada nilai, (4) Mencari informasi dari berbagai sumber, (5) Lebih bersifat profesional dan bersedia mengubah kepercayaan, (6) Mencari pengertian pesan yang tidak sesuai dengan rangkaian kepercayaan.<sup>31</sup>

#### 2) Perasaan Empati

Empati merupakan kemampuan seseorang komunikator untuk menerima dan memahami orang lain seperti ia menerima dirinya sendiri. Jadi ia berfikir, merasa dan berbuat terhadap dirinya sendiri.

---

<sup>31</sup>Ibid hal. 173

### 3) Perasaan Positif

Yakni perasaan seseorang komunikator bahwa pribadinya, komunikannya, serta situasi yang melibatkan keadaan sangat mendukung (terbebas dari ancaman, tidak di kritik dan di tantang).

### 4) Memberikan Dukungan

Memberikan dukungan ialah suatu situasi dan kondisi yang dialami komunikator dan komunikan terbebas dari atmosfer ancaman, tidak dikritik dan di tantang. Sikap suportif atau memberikan dukungan dapat mengurangi sikap defensif dalam komunikasi, orang yang defensif bila ia tidak menerima maka ia tidak menerima maka ia tidak akan jujur dan tidak empatis.

### 5) Memelihara Keseimbangan

Memelihara keseimbangan ialah suasana yang adil antara komunikator dan komunikan dalam hal kesempatan yang sama untuk berfikir, merasa dan bertindak.

## **D. Peran Komunikasi dalam Masyarakat**

Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu itulah yang memaksa manusia perlu berkomunikasi. Komunikasi merupakan hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok. Dalam hidup bermasyarakat, orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan orang lain niscaya akan terisolasi dari masyarakatnya. Pengaruh keterisolasian ini akan

menimbulkan depresi mental yang pada akhirnya membawa orang kehilangan keseimbangan jiwa. Teori dasar biologi menyebut tiga fungsi dasar yang menjadi penyebab mengapa manusia perlu berkomunikasi yakni:

1. Hasrat manusia untuk mengontrol lingkungannya

Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui hal-hal yang dapat mengancam alam sekitarnya. Manusia juga dapat mengancam alam sekitarnya. Manusia juga dapat mengetahui suatu kejadian atau peristiwa bahkan mengembangkan pengetahuannya dengan belajar dari pengalaman maupun melalui informasi yang mereka terima dari lingkungan dengan komunikasi.

2. Upaya manusia untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya

Proses kelanjutan masyarakat sesungguhnya tergantung bagaimana masyarakat tersebut bisa beradaptasi dengan lingkungannya. Penyesuaian di sini bukan saja terletak pada kemampuan manusia memberi terhadap gejala alam yang mempengaruhi perilaku manusia tetapi juga lingkungan masyarakat tempat manusia hidup dalam tantangan. Diperlukannya penyesuaian dalam lingkungan ini agar manusia hidup dalam lingkungan yang harmonis.

3. Upaya untuk melakukan transformasi warisan sosialisasi

Suatu masyarakat yang ingin mempertahankan keberadaannya, maka ia diuntut untuk melakukan pertukaran nilai, perilaku dan peranan.

Ketiga fungsi diatas merupakan patokan dasar bagi individu dalam berhubungan dengan sesama anggota masyarakat. David K Berlo

menyebutkan bahwa komunikasi sebagai instrumen dari interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi sikap orang lain dan untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan masyarakat.<sup>32</sup>

## **E. Kesehatan Masyarakat**

### **1. Konsep Kesehatan masyarakat**

Batasan yang paling tua, dikatakan bahwa kesehatan masyarakat adalah upaya-upaya untuk mengatasi masalah-masalah sanitasi yang mengganggu kesehatan. Dengan kata lain kesehatan masyarakat adalah sama dengan sanitasi. Upaya memperbaiki dan meningkatkan sanitasi lingkungan adalah merupakan kegiatan kesehatan masyarakat.<sup>33</sup>

Kesehatan masyarakat adalah kesatuan unit praktek kesehatan masyarakat yang bertujuan untuk pengembangan dan peningkatan kemampuan hidup sehat bagi pendidikan (individu, keluarga, kelompok dan masyarakat) menggunakan konsep dan keterampilan dan praktek kesehatan masyarakat (Freeman).<sup>34</sup>

Dari pengalaman-pengalaman praktik kesehatan masyarakat yang telah berjalan sampai pada awal abad ke-20, Winslow (1920) akhirnya membuat batasan kesehatan masyarakat (public health) adalah ilmu dan seni: mencegah

<sup>32</sup>Hafied Canggara, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), hlm. 1-4.

<sup>33</sup>Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan. Rineka.Cipta. Jakarta.

<sup>34</sup>Syafruddin.2009. Organisasi dan Manajemen Pelayanan Kesehatan dalam Kebidanan. Jakarta: Trans Info Media

penyakit, memperpanjang hidup, dan meningkatkan kesehatan, melalui ‘Usaha-usaha Pengorganisasi Masyarakat’ untuk.<sup>35</sup>

- a. Perbaikan sanitasi lingkungan
- b. Pemberantasan penyakit-penyakit menular
- c. Pendidikan untuk kebersihan perorangan.
- d. Pengorganisasi pelayanan-pelayanan medis dan perawatan untuk diagnosis dini dan pengobatan.
- e. Pengembangan rekayasa sosial untuk menjamin setiap orang terpenuhi kebutuhan hidup yang layak dalam memelihara kesehatannya.

## **2. Penyuluhan Kesehatan**

Penyuluhan kesehatan adalah penambahan pengetahuan dan kemampuan seseorang melalui tehnik praktek belajar atau instruksi dengan tujuan mengubah atau mempengaruhi perilaku manusia secara individu, kelompok maupun masyarakat untuk dapat lebih mandiri dalam mencapai tujuan hidup sehat.<sup>36</sup>

Penyuluhan kesehatan adalah gabungan berbagai kegiatan dan kesempatan yang berlandaskan prinsip-prinsip belajar untuk mencapai suatu keadaan, dimana individu, keluarga, kelompok atau masyarakat secara keseluruhan ingin hidup sehat, tahu bagaimana caranya dan melakukan apa

<sup>35</sup> Notoatmodjo, S. 2007. Pendidikan dan Perilaku kesehatan. Cetakan 2 Jakarta: PT. Rineka Cipta.

<sup>36</sup> Depkes RI. 2002. Keputusan Menkes RI No. 228/MENKES/SK/III/2002 tentang Pedoman Penyusunan Standar Pelayanan Minimal Rumah Sakit yang Wajib Dilaksanakan Daerah

yang bisa dilakukan, secara perseorangan maupun secara kelompok dengan meminta pertolongan.<sup>37</sup>

Sasaran penyuluhan kesehatan mencakup individu, keluarga, kelompok dan masyarakat. Penyuluhan kesehatan pada individu dapat dilakukan di rumah sakit, klinik, puskesmas, posyandu, keluarga binaan dan masyarakat binaan. Penyuluhan kesehatan pada keluarga diutamakan pada keluarga resiko tinggi, seperti keluarga yang menderita penyakit menular, keluarga dengan sosial ekonomi rendah, keluarga dengan keadaan gizi yang buruk, keluarga dengan sanitasi lingkungan yang buruk dan sebagainya.

Penyuluhan kesehatan pada sasaran kelompok dapat dilakukan pada kelompok ibu hamil, kelompok ibu yang mempunyai anak balita, kelompok masyarakat yang rawan terhadap masalah kesehatan seperti kelompok lansia, kelompok yang ada di berbagai institusi pelayanan kesehatan seperti anak sekolah, pekerja dalam perusahaan dan lain-lain. Penyuluhan kesehatan pada sasaran masyarakat dapat dilakukan pada masyarakat binaan puskesmas, masyarakat nelayan, masyarakat pedesaan, masyarakat yang terkena wabah dan lain-lain.<sup>38</sup>

### **3. Materi/pesan kesehatan**

Materi atau pesan yang disampaikan kepada sasaran hendaknya disesuaikan dengan kebutuhan kesehatan dari individu, keluarga, kelompok dan masyarakat, sehingga materi yang disampaikan dapat dirasakan langsung

---

<sup>37</sup>Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Bandung : Citra Aditya Bakti.

<sup>38</sup>Ibid

manfaatnya. Materi yang disampaikan sebaiknya menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, tidak terlalu sulit untuk dimengerti oleh sasaran, dalam penyampaian materi sebaiknya menggunakan metode dan media untuk mempermudah pemahaman dan untuk menarik perhatian sasaran.<sup>39</sup>

Menurut Notoatmodjo, metode penyuluhan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tercapainya suatu hasil penyuluhan secara optimal. Metode yang dikemukakan antara lain:<sup>40</sup>

a. Metode penyuluhan perorangan (individual)

Dalam penyuluhan kesehatan metode ini digunakan untuk membina perilaku baru atau seseorang yang telah mulai tertarik pada suatu perubahan perilaku atau inovasi. Dasar digunakan pendekatan individual ini karena setiap orang mempunyai masalah atau alasan yang berbeda-beda sehubungan dengan penerimaan atau perilaku baru tersebut. Bentuk dari pendekatan ini antara lain :

1) Bimbingan dan penyuluhan

Dengan cara ini kontak antara klien dengan petugas lebih intensif. Setiap masalah yang dihadapi oleh klien dapat dikoreksi dan dibantu penyelesaiannya. Akhirnya klien akan dengan sukarela, berdasarkan kesadaran dan penuh pengertian akan menerima perilaku tersebut.

2) Wawancara

Cara ini sebenarnya merupakan bagian dari bimbingan dan penyuluhan.

Wawancara antara petugas kesehatan dengan klien untuk menggali

---

<sup>39</sup>Ibid

<sup>40</sup> Notoatmodjo, S. 2007. Pendidikan dan Perilaku kesehatan. Cetakan 2 Jakarta: PT. Rineka Cipta



informasi mengapa ia tidak atau belum menerima perubahan, ia tertarik atau belum menerima perubahan, untuk mempengaruhi apakah perilaku yang sudah atau akan diadopsi itu mempunyai dasar pengertian dan kesadaran yang kuat, apabila belum maka perlu penyuluhan yang lebih mendalam lagi.

b. Metode penyuluhan kelompok

Dalam memilih metode penyuluhan kelompok harus mengingat besarnya kelompok sasaran serta tingkat pendidikan formal pada sasaran. Untuk kelompok yang besar, metodenya akan berbeda dengan kelompok kecil. Efektifitas suatu metode akan tergantung pula pada besarnya sasaran penyuluhan. Metode ini mencakup :

1) Kelompok besar, yaitu apabila peserta penyuluhan lebih dari 15 orang.

Metode yang baik untuk kelompok ini adalah ceramah dan seminar

a) Ceramah

Metode ini baik untuk sasaran yang berpendidikan tinggi maupun rendah. Halhal yang perlu diperhatikan dalam menggunakan metode ceramah adalah :

- Persiapan

Ceramah yang berhasil apabila penceramah itu sendiri menguasai materi apa yang akan diceramahkan, untuk itu penceramah harus mempersiapkan diri. Mempelajari materi dengan sistematika yang baik. Lebih baik lagi kalau disusun dalam diagram atau skema dan mempersiapkan alat-alat bantu pengajaran.

- Pelaksanaan

Kunci keberhasilan pelaksanaan ceramah adalah apabila penceramah dapat menguasai sasaran. Untuk dapat menguasai sasaran penceramah dapat menunjukkan sikap dan penampilan yang meyakinkan. Tidak boleh bersikap ragu-ragu dan gelisah. Suara hendaknya cukup keras dan jelas. Pandangan harus tertuju ke seluruh peserta. Berdiri di depan /dipertengahan, seyogianya tidak duduk dan menggunakan alat bantu lihat semaksimal mungkin.

- Seminar

Metode ini hanya cocok untuk sasaran kelompok besar dengan pendidikan menengah ke atas. Seminar adalah suatu penyajian dari seseorang ahli atau beberapa orang ahli tentang suatu topik yang dianggap penting dan dianggap hangat di masyarakat.

- 2) Kelompok kecil, yaitu apabila peserta penyuluhan kurang dari 15 orang. Metode yang cocok untuk kelompok ini adalah diskusi kelompok, curah pendapat, memainkan peranan, permainan simulasi.

c. Metode penyuluhan massa

Dalam metode ini penyampaian informasi ditujukan kepada masyarakat yang sifatnya massa atau public. Oleh karena sasaran bersifat umum dalam arti tidak membedakan golongan umur, jenis kelamin, pekerjaan, status ekonomi, tingkat pendidikan dan sebagainya, maka pesan kesehatan yang akan disampaikan harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat

ditangkap oleh massa tersebut. Pada umumnya bentuk pendekatan masa ini tidak langsung, biasanya menggunakan media massa. Beberapa contoh dari metode ini adalah ceramah umum, pidato melalui media massa, simulasi, dialog antara pasien dan petugas kesehatan, tulisan dimajalah atau koran, bill board yang dipasang di pinggir jalan dan sebagainya.

d. Media Penyuluhan

Media penyuluhan adalah semua sarana atau upaya untuk menampilkan pesan informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator sehingga sasaran dapat meningkat pengetahuannya yang akhirnya diharapkan dapat berubah perilakunya ke arah positif terhadap kesehatan.

Penyuluhan kesehatan tak dapat lepas dari media karena melalui media, pesan yang disampaikan dapat lebih menarik dan dipahami, sehingga sasaran dapat mempelajari pesan tersebut sehingga sampai memutuskan untuk mengadopsinya ke perilaku yang positif.

Tujuan atau alasan mengapa media sangat diperlukan di dalam pelaksanaan penyuluhan kesehatan antara lain adalah :

- 1) Media dapat mempermudah penyampaian informasi.
- 2) Media dapat menghindari kesalahan persepsi.
- 3) Media dapat memperjelas informasi.
- 4) Media dapat mempermudah pengertian.
- 5) Media dapat mengurangi komunikasi verbalistik.
- 6) Media dapat menampilkan objek yang tidak ditangkap dengan mata.
- 7) Media dapat memperlancar komunikasi.